

MERCATI

**FLOTTE AZIENDALI.** Le prospettive del noleggio a lungo termine

Scelte vincenti

Nel 2012 è riuscito a tenere le posizioni, adattandosi alle condizioni del mercato e diventando una sorta di sostegno finanziario per le Pmi. E l'evoluzione non si ferma...

di Piero Evangelisti

All'inizio di maggio è stato presentato il 12° Rapporto Aniasa che ogni anno fotografa la realtà del mercato automobilistico nazionale sotto il profilo del noleggio a lungo e breve termine, delle flotte aziendali e di tutti i servizi per società e titolari di partita Iva. Nella sua introduzione, Paolo Ghinolfi, presidente della associazione, affiliata a Confindustria, che raggruppa le aziende di autonoleggio e servizi automobilistici, è ovviamente partito dall'andamento globale del mercato italiano delle quattro ruote che nel 2012 è sceso del 20%, facendo precipitare le immatricolazioni a 1,4 milioni di unità, il 44% in meno rispetto ai 2,5 milioni fatti registrare nel 2007. In questo contesto è continuata la flessione degli acquisti di privati che sono scesi al 66% del totale contro il 73% del 2011, una contrazione in parte compensata dall'andamento a corrente alternata per gli acquisti da parte di società che hanno salvato il mercato da una catastrofe ancora più grave.

La formula preferita dalle aziende

Se in Italia non si può parlare ancora di demotorizzazione generalizzata lo si deve al settore del noleggio a lungo termine (Nlt), che lo scorso anno è riuscito a tenere le posizioni trasformandosi, grazie alla capacità di adattamento alla nuova realtà, in un autentico sostegno finanziario per le aziende, in particolar modo per le Pmi in forte difficoltà nell'accedere ai fidi bancari e vittime dei cronici ritardi nei pagamenti delle pubbliche amministrazioni. Il parco del circolante dell'intero settore resta sempre importante, con 670.000 unità fra vetture e commerciali, un risultato ottenuto

grazie alle sempre più frequenti proroghe dei contratti di noleggio a fronte di un calo delle immatricolazioni dell'11% (-22% il noleggio a breve termine, -11% quello a lungo termine), flessioni che non hanno impedito al settore di mantenere quasi inalterato il fatturato: 5,02 miliardi nel 2012 contro i 5,05 del 2011. La maggiore sofferenza del noleggio a breve termine è facilmente spiegabile con la riduzione dei flussi business causati dalla crisi economica, che ha portato le società a sfruttare le flotte esistenti oltre i termini consueti. Il calo delle immatricolazioni di veicoli in Nlt, invece, è da ascrivere principalmente al basso indice di fiducia delle aziende che spesso, invece di acquistare veicoli nuovi, hanno concordato un allungamento dei contratti per periodi compresi fra i 6 e i 12 mesi. Nel 2012 è comunque cresciuta di 2.000 unità la flotta del noleggio a lungo termine che ancora una volta ha dimostrato di essere la formula preferita da clienti pubblici e privati.

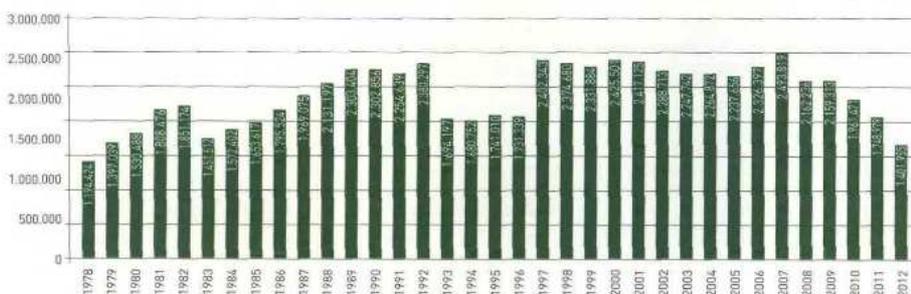
Il downsizing privilegia i coreani

Analizzando le 165.000 immatricolazioni di auto e commerciali in Nlt si notano due importanti dinamiche che stanno cambiando il panorama dell'auto in Italia, un mutamento che sta coinvolgendo non soltanto le aziende ma anche i privati. La prima è rappresentata dal fenomeno del "downgrading" (spesso confuso con "downsizing", termine utilizzato dalle Case per identificare motori più potenti ma più economici nei consumi rispetto a propulsori di cilindrata superiori), e cioè la scelta fatta da un numero sempre maggiore di clienti Nlt di passare, per le proprie flotte, a segmenti inferiori, una discesa che ha fatto aumentare i segmenti

MERCATI



Trend delle immatricolazioni autovetture in Italia 1978-2012



Fonte: Unrae

delle medie e delle medio-superiori (cala il segmento B, stabili le small car), con un'autentica fuga dai segmenti "luxury" E e F. Nonostante ciò, i brand Premium, sebbene con un mix che privilegia i modelli più compatti, coprono ancora il 24% della domanda del noleggio a lungo termine. Del downgrading non si sono avvantaggiati i marchi nazionali (unica eccezione l'Alfa Romeo con la Giulietta), che valgono oggi il 43,6% del settore Nlt, dove il generale ridimensionamento delle frotte sta invece favorendo la crescita dei costruttori coreani.

In calo l'impatto ambientale

Il secondo trend che emerge dalle immatricolazioni in Nlt è la drastica riduzione del loro impatto ambientale dovuto, in parte, alla scelta di vetture più piccole, ma, soprattutto, alla tendenza delle aziende a rendere sempre più virtuose le proprie flotte (fattore assolutamente trascurato dalle imposizioni fiscali), sempre più par-

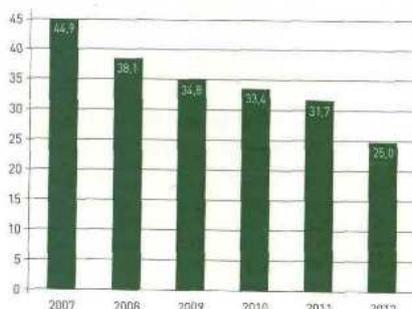
simoniose nei consumi e nelle emissioni di CO₂ e di gas nocivi. In un paese con un circolante vecchio e inquinante, il noleggio a lungo termine può già vantare un parco nel quale il 52% dei veicoli emette meno di 130 g/km di anidride carbonica.

Il fisco non aiuta la ripresa

Centrale, nella presentazione del Rapporto Aniasa fatta dal Presidente Ghinolfi, è stata la pesantissima situazione della filiera auto motive, nella quale nessun attore è risparmiato dalla morsa del fisco e da una politica che continua a considerare tutto ciò che circola su ruote un vero limone da spremere. Il settore del noleggio a lungo termine, a fronte di richieste di un adeguamento a quanto accade nell'Ue in tema di fiscalità delle flotte, nel 2012 ha visto passare la deducibilità dei costi di un'auto aziendale, prima, dal 40 al 27,5% e poi al 20% con la "Legge di stabilità". Con queste premesse è difficile fare previsioni ottimistiche per il 2013 perché all'orizzonte non c'è nessuno di quegli interventi indispensabili a far ripartire il settore automotive. E una conferma arriva dalla flessione del mercato nei primi cinque mesi di quest'anno, un calo più contenuto che va, però, a sommarsi a quelli degli anni precedenti. Continua a scendere, in maggio, la quota dei privati: 59,3%, mentre sale al 25% lo share del noleggio a lungo termine.

Chi investe in innovazioni

C'è tuttavia chi pensa positivo, come **Maurizio Ambrosino**, Corporate e Fleet Sales di Bmw Group Italia. «Per noi il 2013 è un anno di grandi novità - spiega il manager della filiale italiana della Casa

Mercato auto nuove 2007-2012
Valore al netto di sconti e incentivi.
Dati in miliardi di euro

Fonte: Fleet&Mobility



MERCATI

Quota dei veicoli in Nlt per marca di auto

Marca	2012	2011	2010	Var. % 2012/2011	Var. pps 2012/2011
Fiat	37,1%	40,4%	42,8%	-8,1%	-3,25
Volkswagen	8,3%	8,1%	8,1%	+2,5%	0,20
Audi	8,0%	8,2%	7,7%	-2,5%	-0,21
Ford	6,7%	6,9%	6,9%	-1,7%	-0,12
Renault	5,6%	5,8%	5,4%	-3,5%	-0,20
Opel	5,1%	4,3%	3,4%	+19,4%	0,83
Bmw	4,6%	4,5%	4,5%	+1,8%	0,08
Mercedes	3,5%	2,5%	2,4%	+40,9%	1,00
Alfa Romeo	3,4%	2,8%	4,0%	+25,0%	0,69
Peugeot	3,4%	2,8%	2,0%	+23,2%	0,64
Citroën	3,2%	3,5%	3,5%	-6,1%	-0,21
Lancia	3,1%	3,1%	3,0%	+1,1%	0,03
Volvo	1,2%	1,2%	1,0%	+0,2%	0,00
Altro	6,7%	6,2%	5,2%	+8,3%	0,51
Totale	100%	100%	100%		

Le vetture che piacciono di più

Tipologia veicoli	2012		2011		2010		Var. % 2012/2011
	Unità	%	Unità	%	Unità	%	Unità
A (city car)	20.592	14,4%	16.275	11,2%	10.068	8,3%	+26,5%
B (utilitarie)	20.787	14,5%	28.944	20,0%	20.731	17,1%	-28,2%
C (medie)	50.266	35,1%	42.144	29,1%	35.533	29,3%	+19,3%
D (medie- superiori)	38.365	26,8%	34.792	24,0%	38.443	31,7%	+10,3%
E (superiori)	12.571	8,8%	20.890	14,4%	14.067	11,6%	-39,8%
F (alta gamma)	440	0,3%	1.913	1,3%	2.425	2,0%	-77,0%
Totale	143.022	100%	144.957	100%	121.267	100%	-1,3%

Nota: suddivisione dei segmenti secondo standard Unrae

di Monaco – dalla nuovissima Serie 3 Gt, che va ad affiancare la 3 Touring, la nostra punta di diamante nel settore flotte, al restyling della Serie 5 equipaggiata di motori ancora più efficienti ed ecologici. Abbiamo la fortuna di vendere auto magnifiche, forse è per questo che guardo al 2013 in modo positivo, ma nutriamo anche un profondo rispetto per i nostri concorrenti Premium: il prodotto, quindi, non basta, e continuiamo a creare

servizi aggiuntivi. Come Drive@Work, un'iniziativa con la quale ci rechiamo a casa del cliente, in azienda, con i nostri modelli accompagnati da una task force che può far scoprire i plus delle auto Bmw, guidandole insieme ai driver della nostra scuola di guida sicura: è un modulo che metteremo a disposizione anche dei nostri dealer business per i loro clienti». Altre novità provengono dal fronte delle auto elettriche: «Per noi è in arrivo la i3, un'auto "born electric", di altissima tecnologia, tutta in fibra di carbonio: sono certo che conquisterà i clienti che cercano di costruire flotte più virtuose». «La i3 sarà una vettura chiave anche nelle nostre strategie – conferma **Andrea Cardinali**, ad di Alphabet, società del Gruppo Bmw che si occupa di noleggio a lungo termine – e molto ci aspettiamo, per quest'anno, anche dalla terza generazione di X5 e dalla nuova Serie 4. In tema di mobilità elettrica stiamo per lanciare l'innovativo brand AlphaElectric, una proposta di noleggio a lungo termine di veicoli elettrici completa di ogni servizio, mentre nel 2014 sarà la volta di AlphaCity, primo modello di Corporate Car Sharing basato sul Nlt». E le prospettive per l'anno? «Il nostro primo obiettivo è quello di completare l'integrazione della nuova Alphabet – aggiunge Cardinali – in un anno che non sembra dare segni di ripresa a livello globale, ma che dimostra una tenuta del settore flotte nel suo complesso».

Temi caldi dell'autunno

Il car sharing, citato da Cardinali, è in forte sviluppo, e il tema sarà trattato, insieme a quelli del metano e della telematica per le flotte aziendali, il prossimo 16 ottobre nel corso della 2ª edizione di Fleet Manager Academy di Aiaga (l'Associazione che riunisce i gestori delle flotte aziendali), che si terrà a Bologna presso la Fondazione Alma Mater dell'ateneo felsineo. «La decisione di approfondire questi tre filoni – ha anticipato **Giovanni Tortorici**, Presidente di Aiaga – deriva dal fatto che sono quelli decisivi per una corretta gestione del parco aziendale, e hanno un ruolo decisivo in termini di costi e di sostenibilità ambientale. Per il car sharing, poi, si tratta di una nuova realtà che ha ottime possibilità di applicazione per le imprese». ■